区块链媒体的内容生产模式研究
——以“简书”为例

闫相儒　方　诚
（重庆交通大学人文学院，重庆 400074）

摘　要：在资本的推动下，各大平台作为内容分发者，利用算法以海量的同质信息筑起了牢固的“信息茧房”或“回声室”。如何筛选和生产更多优质内容已成为内容行业发展的重要问题。区块链技术和区块链媒体的出现，也许有助于解决这一问题。本文对以简书为代表的区块链媒体的内容生产模式进行分析，讨论了区块链媒体的优势，并对其前景进行了展望。

关键词：区块链；区块链媒体；内容生产；简书　　**中图分类号：**G06　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）05-055-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.015
本文著录格式：闫相儒，方诚. 区块链媒体的内容生产模式研究——以“简书”为例 [J]. 中国传媒科技，2022（05）：55-57.

chinaXiv:202310.00386v1

区块链技术最早应用于比特币，经历了十几年的发展，已经从技术筹备阶段发展到应用摸索阶段，并逐渐拓展到能源、物流、政务、知识产权、传媒等领域。[1-2] 在中共中央政治局第十八次集体学习时，习近平总书记强调，要把区块链作为核心技术自主创新重要突破口。[3]

区块链媒体一方面是指报道区块链行业发展的媒体，如挖链网、巴比特等，主要关注区块链技术产业，不是基于区块链技术创建的媒体；另一方面是指基于区块链技术创建的新型媒体，如 BlockTV、Odaily、Steemit、亿书等。[4] 笔者在本文中研究的区块链媒体主要指依托区块链技术应用给媒体内容领域带来革命性变化的新型媒体业态。

1. 简书：区块链媒体内容生产的尝试

简书成立于 2013 年，是一款整合了阅读和写作的社区型新媒体产品。2018 年 10 月，简书通过与区块链化内容生态系统 Fountain 合作的方式，推出简书钻，利用区块链技术构建去中心化平台。

目前简书已在网页端、Android 和 iOS 等主流平台上线，用户注册人数超过 1500 百万，每月平均流量超过两亿人次，平均每三秒就会有一篇新内容诞生。截至 2021 年 10 月 10 日，简书主站（http：//jianshu.com）的全球 Alexa 排名约 653 位，中国区排名约 82 位。

基于区块链技术，简书生成了简书钻和简书贝两种代币（两者区别在于能否快速在市场中流转），用以衡量用户创造的价值。对简书的用户来说，持有简书钻是一种能力，这种能力体现在用户的行为上，如果一位用户持有大量的简书钻，此时这位用户再给一篇文章点赞，这篇文章会迅速得到极大的价值权重，这篇文章便会被简书的内容分发机制移送到推荐阅读前沿区，从而获得更多的关注，这也意味着这篇文章的生产者将获得更多的收入。而如果这位用户给这篇文章点踩，认为这篇文章不好，也会对这篇文章的推广和扩散造成极大的影响。相应地，如果用户持有较少的简书钻，那么他的行为产生的效果也较小。[5]

1.1　简书的内容定价模式

在传统的内容产业商业模式中，只有通过内容分发者，内容才能分发到受众手中，因而产生了内容分发平台的垄断。内容生产者之所以能够被内容分发平台持续压榨，主要是因为赋能机制的缺失。内容消费者获得的免费内容，看似是广告商在付费，实际上用户在浏览内容时也提供了大量的时间和精力，随之产生的包括浏览记录在内的个人信息转移到处于中心位置的分发平台手中，成为平台盈利的一部分。

简书解决这一问题采用的方法是 PoC（Proof of Contribution），即社区用户贡献证明机制，这个机制可以对所有简书用户的贡献行为进行记录，并根据贡献程度给予相当的奖励。

在日常劳动贡献中，内容是最重要的价值，简书所应用的区块链系统 Fountain 曾在其白皮书（Fountain Whitepaper V0.98cn）中指出，内容贡献的奖励主要是根据内容创作者的创作（Creation）和内容消费者的策展（Curation）来设计的。内容生产者的创作，实质上是生产价值的劳动，应该受到奖励；其他的参与“给内容投票”等行为的用户实际上也是对内容的策展，相当于给内容增值的过程，所以也应当获得一定的奖励。[6]

因此，简书的 PoC 机制实质上是价值的再分配，它根据参与者的价值贡献程度把一定份额的价值归还给价值的创造者。对内容生产者而言，它让内容成为价值从而解决内容变现问题；对内容消费者而言，它提供了一种“注意力补偿”，让所有作出贡献的人，都能够得到

基金资助：中国交通教育研究会 2020-2022 年度交通教育科学研究课题一般课题“新工科背景下交通类院校数据新闻课程建设研究”（项目编号：JTYB20-155）。

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202310.00386v1

真实的回报。[7] 它将读者和观众也视为系统中不可或缺的一部分，而不是简单的消费者或旁观者，因此它也促进了简书内容生态的活跃和发展。

与传统的模式相比，简书的模式也许能更好地协调各方的利益点，是一种合理地给内容定价的方式，因为它能够给价值的提供者以直接的奖励。内容生产者生产出的价值得到确认，内容消费者也可以有选择地阅读内容并赚取奖励。

1.2 简书的内容价值组成

在简书的 PoC 机制里面，内容的价值主要通过内容热度值和内容贡献值来衡量，前者是用户们对该内容价值的认可，后者是该内容为简书社区价值的贡献。

内容的热度值是先根据持钻数量计算出用户的投票权重，再通过用户们的投票行为计算出来的。对内容的点赞行为能提高内容热度值，对内容的点踩行为会降低内容热度值。简书上的内容是可以被永远投票的，也就是说一篇很多年前的文章，在今天乃至未来依然可以为生产者产生价值。

内容贡献值则是衡量内容对社区贡献的数值，每一篇内容的浏览、点赞、评论、分享等行为都会增进社区互动，为社区贡献出价值。要想真实衡量内容对社区互动贡献的数值，需要根据不同行为在内容中的具体意义，对包括内容有效的访问量、评论数、点赞数、打赏数、阅读时长、被分享数、收藏数在内的各因子做标准化和归一化处理，而不是简单地相加。[8]

在计算该内容的真实价值时，简书先是根据内容热度对内容赋值，再将内容获得的赋值映射至该内容对社区的贡献中，通过一系列公式确定内容收益，再将收益在该内容的生产者和贡献者（有点赞、评论等行为的内容消费者）中进行再次分配，且该分配比例为生产者占75%，贡献者占 25%。

这样便成功解决了内容生产的难点——给内容以权益，通过数据来给内容生产者的内容和内容消费者的注意力来定价，通过可以看得见的规则把所有参与方的利益都进行较为合理分配。

1.3 简书对内容生产关系的重构

简书重构了内容生产者、内容消费者和内容分发者之间关系，让它们的关系从博弈变成共赢，实现了去中心化的价值再分配。简书的价值再分配能刺激所有的参与者参加社区建设，创造一种可以自给自足的商业模式。在这种模式下，一方面，内容生产者和平台的摩擦减少，双方有了共同的目标——让社区更繁荣，因为只有社区更繁荣，它们才能获得更多的收益；另一方面，相比传统的内容生产模式，简书给内容消费者赋权，在一定程度上改变了内容消费者的被动地位。

在简书的内容价值体系中，算法实时、透明、无遗漏地计算各类参与者或节点在每一个阶段创造的价值。换言之，所有参与者在简书生态系统中的贡献、互动、参与和影响都将从头到尾地被记录在区块链中。参与者不会白白付出时间与精力，他们能够通过参与行为而分享收入，这个收入会以简书钻的形式自动显示在其账号中。

这样做也成功解决了内容生产环节的痛点。因为内容生产者的相关利益全部被记录在区块链上，同时其降低维权的成本也被极大程度降低：维权由一种司法行为变成了一种技术行为，内容上链后，内容生产者便不需要自己去收集侵权人的侵权证据，因为它已经被记录在区块链上。

2. 区块链媒体的优势

简书在一定程度上证明了区块链媒体的可行性，并成为将区块链经济运用于海量用户的内容社区应用的开创性的案例。传统互联网用户无法证明自己的贡献和无法获得应有收益回报的问题，在区块链媒体中得到一定程度的解决，一个可持续发展的、多方共赢的内容生态系统有望得以实现。

2.1 创作激励：提升效率质量，推动市场发展，实现协同创作

区块链可以通过类似简书这样的贡献证明机制等方式，实现价值的公平分配，使得内容的价值能直接回馈给价值的生产者，这样便能使内容生产者更多获利，增强内容生产者的创作动机，提升内容生产的效率和质量。

由于削减了平台成本，平台能以更加低廉的价格购买到内容产品，而且消费内容的同时也在获利，也能一定程度上增添内容消费者对内容的黏性和消费行为，从而促进内容创作市场和生态的繁荣和稳定。

除此之外，区块链也可以解决目前正在流行的协同创作模式相关问题，协同创作是指由两个或两个以上的人共同创作作品的过程，它集中了多人的智慧，可以减少写作时间，并且在一定程度上提高作品质量，维基百科便是典型的开放式协同写作平台。区块链技术则可以通过对工作量进行计算，对数据进行追踪确认等手段来减少共享主体之间的信息不对称，进而更好地区分每一个人在作品中的贡献，并且在贡献不一致的情况下实现价值的分配。[9]

2.2 价值生成：共识创造价值，多维价值记录，明确价值归属

区块链媒体改进了之前互联网上基于流量尺度的较为单一的评价体系，从而构建起了一套新的价值规则。在这个新的规则中，由于引入了更多的数据维度，一份内容的访问量、评论数、点赞数、打赏数、阅读时长、被分享数、收藏数都会被精确地计算出来，相比传统的单一价值计算尺度，这种多维的价值计算应该是更加合理也更加真实的。

用区块链来传递价值，减少了位于内容生产者和内容消费者中间的内容中介，生产者生产出的内容直接对接消费者，内容交换使更多价值输送到内容生产者和内容消费者手中。

此外，区块链媒体能更好地协调各方的利益点，它能够给价值的提供者直接的奖励，这实际上是对价值归属的明确，内容生产者生产出的价值得到确认，内容消费者也可以根据自己创造的价值换得奖励。

chinaXiv:202310.00386v1

2.3 流转交易：解决权属问题，减少交易环节，推进流程透明

区块链媒体通过内容确权，可以极大程度上减少人为的、技术上的、规则上的障碍，提高内容流转的效率，促进内容的分发传播和流转交易。区块链技术可以通过时间戳和哈希值给内容打上标签，内容在何时何地流转都会有所记录，基于这样的特性，内容生产者和内容消费者可以在不依靠第三方平台的情况下参与进内容生产、传播和消费的全过程，使得作为数字资产的内容可以自由流转。[10]

由于存在一定去中心化的行为，让内容生产者和内容消费者跳过内容分发平台直接进行交易，减少了平台和摩擦成本，让内容消费者能够以尽可能低的价格购买到商品，也让内容的价值尽可能多地回馈给内容生产者，也能在一定程度上促进内容流转交易。

区块链媒体上公开化和透明化的内容传播过程，让权属和信任问题得以解决。智能合约和去中心化信任等行为，让内容的所有权归属问题得以明确，也让内容在交易过程中可以受到交易双方的信任。

除此之外，区块链的不可篡改、分布式记账等特征，也给交易双方的任何行为建立了不可篡改的数据证明可供查证，让交易更加安全和透明，能有效减少交易中出现的不公平和违法现象。

3. 反思与展望

新技术固然有它的优越性，但技术不是万能的，它只是帮助人们认识、理解和改变世界的工具，并不能解决一切的问题。某种程度上来说，区块链是对以往的互联网技术的补偿。在以往的互联网技术中，隐私保护、信源核查、版权保护等方面面临的诸多困难，在区块链面前便迎刃而解，但依然要认识到，区块链不是万能的，它也有许多不能解决的问题，实现区块链技术在内容领域应用，还有很长的路要走。[11]

3.1 区块链媒体中的虚假新闻

区块链是一个缺乏认知智慧的技术，它以最长链为权威，以大多数人的认可为是非标准，但多数的并不等同于正确的。加之人们的盲从心理和大量的水军行为，很容易把不正确的内容给标记为正确。

虚假数据在区块链媒体中的传播，目前仍然没有找到有效的办法避免。2019 年，简书就曾因违规登载新闻信息被上海网信办依法作出行政处罚。目前区块链技术对于真实性的保障，是基于由技术构建的参与方相互认同的信任机制，但这只能解决数据上链之后的问题。尽管这个问题在不断推进实名制的互联网上同样存在，不是区块链本身的问题，但上链前的数据真实，确实是一个亟需解决的问题。

3.2 区块链媒体中的劣质内容

劣质内容和标题党等现象，未必能在区块链媒体的内容生态中得以解决。假如劣质的故事能够持续吸引人们的注意力，这些故事便依旧能够生存。但区块链中的内容打赏机制可以帮助受众传达出自己的信息，让内容生产者知道什么样的内容更受欢迎。不过这样的机制也是基于一个未必符合现实情况的认知：相比被迫点击的劣质内容，人们更愿意给有价值、高质量的内容点赞和打赏。

3.3 对未来的展望

按照目前的发展情况，真正实现区块链下的内容生态体系还任重道远，毕竟复制文件的技术不会消失，分发平台这种现有体系中的既得利益者也不会善罢甘休。此外，区块链媒体是基于一个美好的假设，即所有的参与者都会为了自己的利益而维护整体的利益，因为一旦你成功地做了对社区不利的事情，人们对社区的信任便会降低，你手中的代币也会随之贬值[12]，但事实上，这种美好的假设到底能不能成为现实还有待进一步观察。媒

参考文献

[1] 邢春晓，张桂刚 . 中国区块链技术与产业发展报告（2017）[M]. 北京：清华大学出版社，2018（7）：57-62.
[2] 朱烨东，姚前 . 中国区块链发展报告（2019）[M]. 北京：社会科学文献出社，2019（8）：156-171.
[3] 新华社 . 习近平主持中央政治局第十八次集体学习并讲话 [EB/OL].www.gov.cn，2019-10-25.http：//www.gov.cn/xinwen/2019-10/25/content_5444957.htm，2019-10-25.
[4] 周鹍鹏，李翔宇 . 区块链媒体：一种新型互联网媒体 [J]. 传媒，2020（21）：41-43.
[5]Carlos Jin.DAO 创作者宣言——基于价值共识的生产关系 [EB/OL].https：//www.jianshu.com/p/a0e3794a5bf2，2018-10-01.
[6]Fountain Whitepaper V0.98cn[EB/OL].https：//github.com/FountainHub/Fountain-Whitepaper/blob/master/WP-Doc/zh-cn/Fountian-Whitepaper-cn.md，2019-07-03.
[7][美] 保罗·维格纳，迈克尔·凯西 . 区块链：赋能万物的事实机器 [M]. 中信出版集团，2018（7）：23-24.
[8] 彭德术，肖一敏 . 浅析区块链及其在媒体行业的应用 [J]. 新闻研究导刊，2019（20）：237-238.
[9] 欧阳日辉，张伍 .2018 年区块链媒体发展现状、存在问题及对策研究 [M]. 社会科学文献出社，2019：15-21.
[10] 赵云泽，赵国宁 . 区块链新闻的概念、原理和价值 [J]. 当代传播，2019（3）：47-50.
[11] 周春慧 . 区块链技术在内容产业的应用前景 [J]. 出版与印刷，2018（3）：23-29.
[12] 王玲玲 . 区块链与新闻生产：技术变革及价值反思 [J]. 新闻世界，2019（7）：39-43.

作者简介：闫相儒（1997-），男，河北邯郸，研究生，研究方向：融媒体新闻、健康传播；方诚（1988-），女，重庆，讲师，研究方向：数据新闻、健康传播。

（责任编辑：涂东敏）